

Sportmarkt: Strukturwandel dank Bran-ding und Online-Handel?

24.09.2012, 08:21 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *BBE Handelsberatung GmbH*
Presseagentur: *marketmedia24*



Bayern liegt um knapp 9 Euro über den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben für Sportartikel

Die neue Kooperationsstudie "Markt:Monitor Sport 2012" von BBE Handelsberatung (München) und marketmedia24 (Köln) ist soeben erschienen.

Köln. Der Sport bleibt des Deutschen liebstes Kind. Dies vermelden die Autoren Jochen Fendt (Diplom-Sportökonom) und Dominik Nuss (BBE-Branchenexperte) im neuen "Markt:Monitor Sport 2012". Mehr als die Hälfte der Deutschen hält sich regelmäßig fit und beschert dem Sportmarkt so eine langjährige Stabilität. Von einem wirklich boomenden Geschäftsfeld kann dennoch nicht die Rede sein. Auf 6.670 Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen schrumpfte der Umsatz im Jahr 2011, was einem Minus von 3,1 Prozent gegenüber 2010 entsprach. Für 2012 und 2013 prognostiziert marketmedia24 wieder moderate Wachstumsraten. Im Vertrieb hingegen deutet sich ein Strukturwandel an.

Ähnlich wie schon längst im Fashion-Bereich wird die Marken-Aura auf dem Markt für Sportmode und Sporthardware immer wichtiger. "Um das Image ihrer Marke selbst zu steuern und Preise am Markt zu gestalten, haben Hersteller die markenfokussierten Distributionssysteme in den letzten Jahren zunehmend etabliert", macht Jochen Fendt neugierig auf seine Forschungsergebnisse. "Mit den in Eigenregie geführten Mono-Labelstores und E-Shops kann der Markenhersteller, ergänzend zu den Werksverkäufen, die volle Kontrolle vom Design bis zum Abverkauf ausüben."

Wachsende Marktplayer: Monomarken-Stores und Discount.

Schon jetzt haben die globalen Markt-Player bis zu 20 Prozent ihres Absatzes selbst in der Hand. Noch gilt der klassische

Sportfachhandel mit seinen Filialen und Verbünden zwar als umsatzstärkster Distributor auf dem deutschen Markt, doch durch Online-Handel, aggressive Discount-Konzepte und zunehmende Monomarken-Stores gerät er zunehmend in die Defensive.

M-Commerce nimmt Konturen an.

Hinzu kommt ein weiterer Trend, mit dem der Sportartikelmarkt aktuell aufgemischt wird: Mobile Commerce, befeuert vom neuen Schnäppchenjäger namens "Smart-Phone-Shopper". Dabei werden die ortsunabhängigen Einsatzmöglichkeiten von Smartphones dazu führen, dass der Kunde sogar am Point of Sale Preise vergleichen wird, über Rabattaktionen sofort Bescheid weiß oder ganz einfach Artikel direkt über sein Telefon bestellt. Fendt hat diesen Trend in Pionierarbeit im neuen "BBE-Markt:Monitor Sport 2012" unter die Lupe genommen und spricht ihm, neben der Gefahr des Preisdrucks, durchaus auch Chancen für den intelligenten Facheinzelhandel zu.

Dass auf diesen aber keine leichten Zeiten zukommen, zeigt die neue Kooperationsstudie bis ins Detail. Die Empfehlung der Autoren: "Der Fachhandel muss sich auf seine originären Qualitäten Service und Beratung berufen und sich noch stärker auf relevante Teilmärkte spezialisieren".

Die neue BBE-Studie "Markt:Monitor Sport 2012" liefert exklusives Branchenwissen und ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de, Stichwort: Sport 2012 oder sie steht zum direkten Download unter www.marktdaten24.com bereit.

Portrait

Die BBE Handelsberatung mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 50 Jahren Einzelhandelsunternehmen aller Branchen und Größen in Fragen der Marktpositionierung, strategischen Ausrichtung, Expansion und betriebswirtschaftlichen Optimierung. Die BBE verfügt über Spezialisten für jede Branche im Einzelhandel. Die Markt-, Konsum- und Trendforschung in Kooperation mit Hochschulen, liefert aktuellste Markt- und Unternehmensdaten mit hohem Praxisbezug für die Geschäftsbereiche Unternehmens-, Standort- und Immobilienberatung.

Die Spezialisten von marketmedia24 erstellen aktuelle sowie prognostische Marktdaten als zielgenaue Entscheidungshilfen für Unternehmen aller Branchen und Größen. Darauf aufbauend sorgt marketmedia24 für Ihren strategischen Vorsprung: Im Auftrag erstellen wir Branchenexpertisen, leiten daraus Trendreports, Sortiments- und Vertriebsstrategien ab. Das Netzwerk marketmedia24 vereint Know-how und Erfahrung aus Marktforschung, Industrie und Handel.

News-ID: 665449 • Views: 188 (Stand: 17.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/665449/Sportmarkt-Strukturwandel-dank-Branding-und-Online-Handel.html>